

Часть 4

ТЕОРИЯ, ОПЫТ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ E- LEARNING. ОСОБЕННОСТИ E- LEARNING В ОБРАЗОВАНИИ ПО ФАСИЛИТИ МЕНЕДЖМЕНТУ

В.П. Часовских

(Уральский государственный
лесотехнический университет)

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО И САЙТ УГЛТУ

Любая деятельность в XXI веке связана с миром информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), и каждая новая технология рано или поздно становится технологией информационной, если не целиком, то по крайней мере некоторые её компоненты имеют отношение к ИКТ. Исключение не составляет и высшее образование, оно стремительно меняется: стираются старые контуры, появляются новые, и это происходит так быстро, что никаким тестовым редактором не описать. В ближайшем будущем темпы изменений в высшем образовании будут только расти. В век современных ИКТ высшее образование теряет консервативность и инерционность. Резко возрастает конкурентная борьба на рынке образовательных услуг, географические границы перестали быть сдерживающим фактором. Оценка слабых и сильных сторон любого университета стала доступна в глобальной сети Интернет, и, как следствие, нельзя больше откладывать, игнорировать и недооценивать ИКТ, Интернет.

Интернет – прежде всего инструмент, как и любая другая технология, и служит для достижения поставленных целей путем координации основных процессов университета. Но простое наличие этого инструмента в вузе, как и любого другого, еще не гарантирует успеха, в то время как его отсутствие равнозначно полному краху. Как пример можно рассмотреть сайт университета: если он отсутствует, то университет и его достижения никому не доступны, то есть как бы университета в образовательном пространстве нет. Вывод: сайт университета – важнейшая, жизненно необходимая составляющая в кон-

курентной борьбе вуза на рынке образовательных услуг. Каким должен быть сайт в современных условиях, кто и как обеспечивает его эффективность, попробуем рассмотреть в данной работе.

В настоящее время наряду с авторитетными в международном академическом сообществе «шанхайским» (ARWU-500) и «таймсовским» (QS-THES-200) рейтингами вузов популярным стал рейтинг Webometrics. Формируется он два раза в год, лабораторией CybermetricsLab, входящей в национальный Центр информации и документации при Высшем совете по научным исследованиям Испании. Используется информация сайтов вуза. Веб-индикаторы позволяют создать более полную картину деятельности профессорско-преподавательского состава (ППС) и научных работников вуза, чем обычные методы измерения их исследовательской активности (в первую очередь, имеются в виду индексы цитирования статей). Составляемый CybermetricsLab рейтинг отражает научно-исследовательскую активность университетов, активность по публикациям на официальном сайте университета, а также развитость сетевых научных коммуникаций исследователей и ППС. Для составления рейтинга используются четыре показателя:

1. S(Size) – число страниц сайта, доступных поисковыми системами Google, Yahoo, LiveSearch и Exalead. Значение показателя числа страниц официального сайта вуза, найденных с помощью каждой поисковой системы, нормируется на 1 по всем университетам, после этого показатели по четырем поисковым системам суммируются. Вес показателя S в суммарном рейтинговом значении равен 0,25.

2. V(Visibility) – число уникальных внешних ссылок на страницы сайта университета через поисковые системы YahooSearch, LiveSearch и Exalead. Значения показателя по каждой поисковой системе нормируется на 1, после этого показатели по трем поисковым системам суммируются. Вес показателя V в суммарном рейтинговом значении равен 0,5.

3. R (RichFiles) – число размещенных на сайте файлов с данными. Подсчитывается число файлов четырех форматов: AdobeAcrobat (.pdf), AdobePostscript (.ps), MicrosoftWord (.doc), MicrosoftPowerPoint (.ppt). По каждому типу файлов подсчитывается отдельный показатель, значения которого нормируются на 1, после этого показатели по каждому типу файлов суммируются. Вес показателя R в суммарном рейтинговом значении равен 0,125.

4. Sc (Scholarc) – число страниц и ссылок на сайт вуза, полученных с использованием специализированной поисковой машины GoogleScholar. Подсчитывается число размещенных на сайте вуза материалов и ссылок на сайт вуза, нормированных на 1. Вес показателя Sc в итоговом рейтинговом значении равен 0,125.

По каждому показателю проводится отдельное ранжирование, после чего ранги университета складываются с учетом весовых коэффициентов по следующей формуле:

$$Q = 4 \times V + 2 \times S + R + Sc,$$

где Q – значение результирующего показателя (рейтинга) вуза.

Чем меньше значение показателя Q (сумма рангов), тем выше итоговое место конкретного вуза в рейтинге. В таблице показаны рейтинги некоторых из 12009 вузов по состоянию на июль 2011 года.

Рей- тинг	ВУЗ	V	S	R	Sc
1	Массачусетский технологический институт	1	1	3	5
2	Гарвардский университет	2	3	15	1
304	Московский государственный университет	232	547	175	125
1206	Уральский государственный университет	1753	3111	934	688
6664	Санкт-Петербургская государственная лесотехническая академия	8799	11246	5172	2469
8538	Уральский государственный лесотехнический университет	8558	13596	4048	5505

Привлекательность рейтинга Webometrics в том, что активная и понятная деятельность вуза способствует быстрому движению вверх. Анализ рейтингов вузов показывает: лидеры Webometrics являются победителями в «шанхайском» (ARWU-500) и «таймсовском» (QS-THES-200) рейтингах международного академического сообщества.

Все возрастающая конкурентная борьба вузов на рынке образовательных услуг и инвестиций актуализирует проблему модернизации сайта нашего университета. Ежегодно составляемые различные рейтинги вузов оказывают огромное влияние на поток студентов и финансовых вложений в вуз. И именно рейтинг Webometrics убедитель-

но показывает, как следует менять структуру сайта нашего университета и мотивировать сотрудников университета к активной деятельности в виртуальном пространстве. Основной структуры сайта УГЛТУ должна стать кафедра: сотрудники кафедры в своей повседневной деятельности постоянно генерируют новую информацию, организуют, наилучшим образом, страницы кафедры; затем страницы кафедр интегрируются в разделы факультетов и далее – вверх к порталу вуза. И этот процесс существует постоянно, это то, что в настоящее время называется технологией Web 2.0. Рейтинг Webometrics показывает, что для эффективной работы глобальных поисковых систем необходимо иметь уже не просто англоязычные странички, а англоязычные (в первую очередь) полные аналоги сайтов, а также развивать страницы на других мировых языках.

Современный пользователь веб-ресурсов превратился из потребителя информации в ее производителя и, как следствие, наш сайт должен предоставлять технологии, позволяющие пользователю не только читать контент, но и создавать его. Создавать легко и быстро. Интуитивно понятный интерфейс, упрощенная система публикации и модерации позволяют разместить в сети нужную информацию одним кликом. На сайте должна быть реализована возможность блоговой технологии, то есть пользователь должен иметь возможность создавать и вести персональный или коллективный блог. Развитие социальных сетей позволяет легко и быстро находить нужных и интересных людей, налаживать и поддерживать с ними коммуникацию, расширять свой круг общения и круг общения с кафедрой и университетом, стимулируя тем самым свое профессиональное и творческое развитие. Ресурсами нашего сайта должны стать не только тексты, изображения, звук, видео, но и веб-приложения. Все эти изменения естественным образом приведут к трансформации поведения ППС и научных сотрудников университета в сети и позволят нашему университету занимать достойное место в различных рейтингах.